

## **PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT UNTUK MENGKAMPANYEKAN LARANGAN MENGENDARAI KENDARAAN BERMOTOR PADA ANAK DIBAWAH UMUR**

**AMIR WIRAWAN**

(Pembimbing : MUHAMMAD TAUFIK, M.Sn., Godham Eko Saputro, S.Sn., M.DS)

*Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian*

*Nuswantoro*

*[www.dinus.ac.id](http://www.dinus.ac.id)*

*Email : 114201201429@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Pengendara di bawah umur di kota Semarang yang dikhawatirkan akan mengakibatkan dampak yang kurang baik misalkan saja kecelakaan dan lain-lain. Jumlah pengendara motor di bawah meningkat setiap tahunnya karena tindakan tersebut dianggap wajar. Perkembangan zaman memang mempengaruhi tingkah laku remaja saat ini. Semakin banyak fenomena kenakalan yang terjadi di Indonesia yang menyebabkan peneliti tertarik untuk mengetahui sebab tindakan atau perilaku pengendara motor di bawah umur yang semakin bebas di kalangan masyarakat. Pada perancangan media komunikasi visual ini metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dan metode pengumpulan data. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data meliputi wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan analisis framing sebagai alat penetapan strategi pemasaran, strategi media dan strategi kreatif. Pada perancangan ini memberikan suatu konsep larangan mengendarai sepeda motor untuk anak di bawah umur. Oleh karena itu dirasa perlu membuat Perancangan Iklan Sosial Untuk meningkatkan kesadaran larangan mengendarai sepeda motor untuk anak di bawah umur dengan menggunakan media yang mudah dijangkau dan dipahami masyarakat seperti video iklan, billboard, poster, x-banner, t-shirt, stiker, dan pin untuk membantu meningkatkan kesadaran orang tua untuk melarang anak yang dibawah umur mengendarai sepeda motor sehingga pesan yang terdapat dalam perancangan dapat tersampaikan kepada khalayak.

Kata Kunci : Anak Di BawahUmur, Kampanye, Larangan Sepeda Motor

## **DESIGN OF PUBLIC SERVICE ANNOUNCEMENT TO SOCIALIZE THE PROHIBITION OF RIDING MOTORCYCLE FOR UNDERAGE**

**AMIR WIRAWAN**

(Lecturer : MUHAMMAD TAUFIK, M.Sn., Godham Eko Saputro, S.Sn., M.DS)

*Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of*

*Computer Science, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 114201201429@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

Riders under age in Semarang who fear it would lead to an adverse impact let alone accidents and others. The number of motorcyclists under increasing every year because the action is considered reasonable. The times indeed influence the behavior of today's youth. The more the phenomenon of delinquency that occurred in Indonesia which led researchers are interested to know the cause of action or behavior bikers underage increasingly freely among the people. In designing the visual communication media of this method of research used qualitative methods and data collection methods. The methods used in data collection included interviews, observation and documentation. Methods of data analysis using framing analysis as a means of determining the strategy of marketing, media strategy and creative strategy. In this design provides a concept of riding a motorcycle ban for minors. Therefore, it is necessary to make Designing Social Ads To raise awareness of the ban on riding motorcycles for minors using media that is easily accessible and understood people like video ads, billboard, posters, x-banner, t-shirt, sticker, and pins to help raise the awareness of parents to ban children under age riding a motorcycle so that the message contained in the design can be conveyed to the audience.

**Keyword** : Underage Children, Campaign, Prohibition Motorcycle